

MBA人物：特灵亚太区总裁阮健平 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/108/2021_2022_MBA_E4_BA_BA_E7_89_A9_EF_c70_108087.htm 特灵亚太区总裁阮健平：

生意不是简单的买和卖 阮健平的办公室简单而不失气势。一张亚太区地图悬挂在进门处；近2米长的“万马奔腾”水墨长卷装点了大半墙壁。童年在新加坡牛车水新加坡的唐人街度过的他，连空调是什么样都不知道。他曾经一边摇着蒲扇，一边坐着小板凳在家做功课。就是这样一位在新加坡空军服役18年的前上校军官,2003年加入美国标准集团三大业务部之一的特灵空调(Trane Air Conditioning Commercial System)业务部亚太总部，带领着新的战友们在商用空调的跑道上加速前行。特灵空调公司是全球最大的室内舒适系统和综合系统解决方案供应商之一。曾对航空领域了如指掌的霍尼韦尔公司亚太地区前总裁，对特灵空调亚洲区的适应也由慢到快。阮健平说：“空调与飞机业务不同，后者就那么几个用户。而中央空调面向的，是所有住宅、商用和工业项目的发展商和设计公司。”暗战“上海华虹NEC电子有限公司是一个经典案例。”阮健平说，当时老对手狭路相逢。特灵空调向对方表示，如用特灵技术，那么华虹NEC每年冬季用于新风加热所需的运营费用将减少46%。“让对方拿省下的钱来支付我们的产品费用。”阮健平说，“做生意不再是简单的买和卖。”在这种情况下，华虹NEC动心了。省电，已经成为了衡量中央空调企业优劣的重要指标。“有些城市，白天和晚上的电费相差4倍之多。”有一个上海市普陀区的新落成项目，该项目由数幢公寓组成，采用特灵中央制冷主机和分户独

立计费系统。“在这个项目里，我们的空调主机还可以做到用制冷时产生的废热来加热生活用水，输送到每个住户家里。”阮健平很自豪。来源：www.examda.com今年，特灵还有一个大作，即上海将崛起一幢名为“GOLDENLANDMARK(黄金大厦)”的商用楼宇。“该项目吸引了6到7家大型空调企业，如开利、约克等等。”特灵的办法是，准备了三套方案给发展商挑选。“我们告诉他们，哪个方案比较省钱，但会有什么毛病。哪个贵一点，但会给客户带来额外的价值。”最后特灵空调胜出。空调行业中的博弈，像其他行业一样精彩。《第一财经日报》了解到，特灵空调亚太区总部所在楼宇的空调总包商被特灵的一大对手开利拿走。在特灵空调公司中，销售模式分为三类。大型空调项目(包括50层以上的办公楼、大型基建工程)由公司直接派员谈判与实施；一般的办公楼、公寓等中型项目，由分销渠道与公司直销相结合；小型项目则由分销商处理。“大型项目就5到6家竞争；中型项目一般有10家到15家竞争；小型的至少有20家以上参与竞争。”在中国市场，特灵有数个同样来自欧美的老对手：约克、开利、麦克维尔。各家厂商不仅在中端市场争夺，更多的火力集中在大型项目上。特灵空调寄予希望的，就是西部地区发展。“大中型商务楼项目，占公司整体收入的50%以上，公司拟在西部地区扩充销售队伍。”来源

：www.examda.com阮健平说，大量卖场、写字楼将逐渐从特大型城市向中级城市转移。阮健平不否认，宏观调控和房地产的整体降温，对公司业务产生了一定的影响。“在房地产项目中，公寓的建造节奏慢了下来。不过，这部分用户对我们的整体业务影响不大。”据了解，特灵空调2004年的全球

销售额在53亿美元。亚洲地区的销售增长率为12%，中国的增长率略高于该数字。“ 大部分的销售业绩来自中国。虽然中国地区还没有达到目标，不过我已经比较满意了。并将继续努力以尽早实现我们的目标。” 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com